

**PIOTR  
NOWACZYK**



**Tak nas  
widzą, jak się  
promujemy**

W Madrycie odbył się niedawno Międzynarodowy Dzień Arbitrażu, zorganizowany przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Adwokatów (IBA). W spotkaniu udział wzięło około 350 specjalistów międzynarodowego arbitrażu z 43 państw. Dzień później, aby skorzystać z ich obecności, Londyński Sąd Międzynarodowego Arbitrażu zorganizował spotkanie swoich arbitrow z pełnomocnikami, występującymi przed tą instytucją (LCIA European User's Council). Pierwsze spotkanie zgromadziło znakomitych wykładawców – praktyków, dzielących się swoimi doświadczeniami z pozostałymi kolegami. Drugie spotkanie odwróciło role. To uczestnicy, na kilka tygodni przed spotkaniem, zadawali w internecie intrygujące ich pytania, a sala odpowiadała na nie głosami zebranych ekspertów. Trudno przecenić poziom intelektualny obu spotkań, jak też korzyść, którą odniósł każdy uczestnik, rozwiązując jeden przynajmniej problem ze swojej praktyki. Nie o tym jednak chcę opowiedzieć.

Uczestnicy, wraz z materiałami konferencji, otrzymali dwa drobne upominki od instytucji, kryjącej się pod nazwą PromoMadrid. Pierwszy to czerwona, plastikowa mała kostka, pełna dziwnych otworów i czarnych guzików. Wystarczy przesunąć w niej jeden guzik, a z tajemniczych otworów wysuwają się metalowe bolce, tworząc wtyczkę. Przesuwamy inny guzik – wysuwają się inne metalowe bolce, tworząc inny kształt wtyczki. W jednej chwili możemy przełączyć urządzenie elektryczne, wyprodukowane w Europie z napięcia 220 V na 110 V, albo odwrotnie: urządzenie

amerykańskie ze 110 V na 220 V. Każde z nich da się jeszcze przełączyć na trójbolcową wtyczkę brytyjską, używaną w czarnej Afryce, na Karaibach i na Bliskim Wschodzie. Każde z nich można przełączyć na ukośną wtyczkę australijską, używaną w Polinezji, Nowej Zelandii i niektórych krajach Ameryki Środkowej. Hasło reklamowe produktu: „Madryt – łączymy każdego z każdym”.

Drugi upominek to starannie wydany folder w formacie A4, tej samej agencji PromoMadrid, prezentujący w pięknej graficznie formie zalety miasta. Niespodzianka ukryta jest w kieszeni ostatniej strony okładki: drugi folder, w tym samym kolorze. Tematyka jednak „wycelowana” jest w gościa, odwiedzającego Madryt, w zależności od jego zainteresowań. „Madryt – miejsce międzynarodowego arbitrażu” – to tytuł naszej broszury. Gość dowiaduje się, co miasto może mu zaoferować w tej dziedzinie. Dlaczego warto wyznaczyć rozprawę właśnie tu. Dlaczego warto wyznaczyć hiszpańskiego arbitra albo zdecydować się na hiszpańskie prawo, albo hiszpański język postępowania. Wszystko wytłumaczono zwięźle i przystępnie. Aż chce się wybrać Madryt, chociaż nie ma jeszcze takiej potrzeby.

Rozmyślałem o tym na wysokości 9000 m, wracając do Warszawy samolotem Polskich Linii Lotniczych LOT, lecącym z prędkością 900 km/h, przy temperaturze zewnętrznej -50° C. Stewardesa podała mi „Rzeczpospolitą”. Na pierwszej „zielonej” stronie przeczytałem, że właśnie odwołano prezesa Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych, a przy okazji zablokowano wybór szefa Polskiej Organizacji Turystycznej. Jakby tego było mało, dowiedziałem się o niebezpiecznym sporze pomiędzy dwoma urzędnikami Ministerstwa Spraw Zagranicznych, odpowiedzialnymi za promocję Polski za granicą. Poróżnili się dyrektor ministerialnego Departamentu Promocji z pełnomocnikiem ministra spraw zagranicznych ds. ochrony i promocji wizerunku Polski w świecie.

Wszystkich zainteresowanych pragnę zapytać: Kto pomoże mi promować międzynarodowy arbitraż w Polsce? Który guzik mam nacisnąć? Którą wtyczkę uruchomić, aby połączyć wszystkich ze wszystkimi z pożytkiem dla promowania arbitrażu w Warszawie?

*Autor jest prezesem Sądu Arbitrażowego przy KIG*